

Криза українського суспільства – це наслідок кризи соціальної культури громадян, яка включає в себе, зокрема, політичну, економічну, правову, моральну культуру громадян. Існує наступна закономірність: «Яка соціальна культура громадян – таке й суспільне життя». Отже, корупція кризового типу, що вразила сучасну Україну, має своїм фундаментом значний прошарок громадян, позбавлених належної соціальної культури і тому уражених сваволею та ілюзіями, що проявляються у вигляді корупції.

При найближчому розгляді можна побачити також, що навіть проблеми, які виникають навколо української мови в Україні мають «корупційний компонент». Корупційні корені можна розгледіти і в сепаратистському русі в Україні. Частина вини за кровопролиття на Донбасі має покладатися також і на корупцію...

Включення потенціалу «діяльності, спрямованої на зменшення корупційної активності громадян» у систему протидії корупції передбачає розгортання в Україні діяльності по формуванню антикорупційної культури громадян (зокрема, наприклад, у вигляді розробки і здійснення спеціальної «Програми формування антикорупційної культури в Україні», з урахуванням зарубіжного досвіду, в тому числі досвіду формування у громадян «антимафіозної культури» в м.Палермо в Італії, досвіду Польщі, Грузії, Сингапуру тощо).

Виходячи з «культурницької» доктрини протидії злочинності (і корупції), існує наступна закономірність: «антикорупційна юстиція є ефективною настільки, наскільки розвинутою є соціальна культура громадян, під якою розуміється політична, економічна, правова, моральна культура громадян».

Петренко Д.
НТУ «ХПИ»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ

Труды античных мыслителей Конфуция, Сунь Цзы, Платона, Аристотеля заложили основы философского осмысления политики как искус-

ства управления. В них были сформулированы подходы к роли информации в принятии политических решений и информационному воздействию на общественное сознание. Дальнейшее развитие эти идеи получили в трудах Н. Макиавелли, который наглядно показал значение информации в политической деятельности для поддержания престижа власти и манипулирования политическим сознанием.

Как считает известный американский социолог О. Тоффлер, в 21 веке традиционные ресурсы власти, такие как сила и богатство, утрачивают своё влияние, хотя и не исчезают полностью. Истинную же власть приобретают знания и информация. Они становятся важнейшим ресурсом власти.

Информационные ресурсы. Речь идет, в первую очередь, о средствах массовой информации (СМИ). Это самый молодой вид ресурсов, которыми располагает политическая власть в современных условиях практически во всех странах мира. Однако «молодость» не означает малую эффективность или второстепенную роль. Средствам массовой информации (в условиях, когда практически каждая семья имеет телевизор и радиоприёмник) принадлежит весьма важная роль, как в период становления политической власти, так и в период ее функционирования. Данная группа ресурсов политической власти имеет специфику, делающую их отличными от других видов. Господствующая политическая власть всегда имеет оппозицию (скрытую или существующую легально). Поэтому не исключено, что СМИ могут (по крайней мере, в какой-то своей части) стать антиресурсом политической власти. Чтобы СМИ стали действительными ресурсами господствующей политической власти, за них нужно бороться, ибо очень велико желание СМИ стать независимыми. Во многих государствах существует специальное законодательство, регламентирующее деятельность СМИ. Удельный вес частных каналов сравнительно невелик. Законодательство предусматривает различные пути недопущения ситуации, при которой СМИ отражали бы позиции и цели какой-либо одной политической силы. Например, во время избирательной кампании эфирное время, которое предоставляется ведущим партиям страны, для всех одинаково по продолжительности

Нередко СМИ называют «четвертой властью» (наряду с законодательной, исполнительной и судебной). Это отражает их действительные возможности и силу воздействия на общественное мнение.

Характер взаимоотношений правительства и средств массовой информации варьируется от страны к стране в зависимости от того, о каких органах СМИ идет речь, какое конкретное правительство стоит в данный период времени у власти, какие проблемы стоят в центре внимания, какова ситуация в мире и многое другое. Немаловажное значение имеет то, в какой степени журналисты, репортёры, обозреватели, редакторы и издатели разделяют те или иные ценности, идеалы, идейно-политические ориентации, установки. Хотя отдельные газеты и журналы ассоциируются с конкретными политическими партиями или организациями.

Развитие СМИ, особенно телевидения, усилило тенденцию к стиранию линии разграничения между программами новостей и развлекательными программами. И там, где важность информации определяется и оценивается ее рекламными качествами, неизбежно растёт разрыв между реальным миром и миром, предлагаемым СМИ. Составители информационных программ, озабоченные соображениями развлекательности, предпринимают все возможное для превращения реальности, в нечто развлекательное. Они могут выдумать материал, исказить факты, отбросить или изменить «скучные» факты, людей, события, соответствующим образом подправив и «упаковав» их, опустить ключевую информацию. И это естественно, поскольку главная задача телевизионной программы состоит в том, чтобы завоевать и сохранить аудиторию.

Пономаренко В.В.
НТУ «ХПИ»

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В УКРАИНЕ

Украина всегда была страной пограничья в геополитическом смысле, расположенной на перекрёстке двух миров и имела влияние разных